

Beləliklə gübrələrin sortları üzrə alma ağaclarının boy, inkişafın müsbət təsiri aydınlaşır və gübrələrin sortlar üzrə alma ağaclarının məhsuldarlığına təsiri 4 sayılı cədvəldə verilmişdir. Cədvəldən göründüyü kimi gübrə tətbiqi ilə nəzarətə nisbətən bütün variantlarda məhsul artımı müşahidə olunmuşdur. Variantlar üzrə məhsuldarlığın hesabına alınması və gübrələrin variantlar üzrə tətbiqinin iqtisadi səmərəliliyi isə öz əksini cədvəl 4-də tapmışdır. Variantlar içərisində ən səmərəli variant "Urojay" ( $N_{16}P_{16}K_{16}$ ) 120 kq /ha t.e.n. olmuşdur.

Yəni nəzərdə rentabellik faizi sortlar üzrə 106,107 olduğu halda, 2-ci variantda 121,124 %; 3-cü variantda 126,129 %; 4-cü variantda isə 130,134 % təşkil etmişdir.

Beləliklə, tədqiqatın nəticələrinə əsasən alma bitgisinin Qolden Delişes ilə red delişes sortlarından yaxşı boy, inkişaf və yüksək məhsuldarlığın təmin edilməsi üçün mürəkkəb mineral gübrə, fiziki çəkiddə 750 kq/ha "Urojay" ( $N_{16}P_{16}K_{16}$ )-120 verilməsi təsərrüfata tövsiyyə olunur.

#### ƏDƏBİYYAT

1.A.A.Vəlimətov, R.K.Hüseynov. Maye kompleks gübrələrin almanın məhsuldarlığına təsiri, aqrokimya jurnalı, 1969, N 8, s-31-34 2.M.A.Əhmədov. Meyvə bağlarının torpaqlarının becərilməsi və gübrələnməsi qaydası, meyvə bitkilərinin aqroteknika və mühafizəsinin bəzi məsələləri, Bakı, s-24 3.N.Əsədova, Gübrələr və onlardan səmərəli istifadə, Bakı, 2003-s-14-28 4.D.B.Bayramova, F.Q.Əliyev, X.V.Babayev. Çay klon əkin materialının yetişdirilməsi və becərilməsi. Bakı, 2004, s-7-10 5.Q.S.Məmmədov, M.R.Babayev, Z.R.Mövsumov, Q.M.Məmmədov, V.H.Həsəyov, Q.Z.Əzizov, H.C.Mehdiyev, N.R.Süleymanov. Torpaqşünaslıq və aqrokimya institutunun əsərləri, XVI cild, Bakı "Elm", 2004-cü il s-493

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Н.И.АХМЕДОВА, диссертант  
АзНИИЭОСХ

**В** условиях рыночной экономики все действующие и вновь возникающие хозяйственные формы сельскохозяйственных предприятий нуждаются во всесторонней поддержке общества и государства. Однако, центр тяжести на данном этапе должен быть перенесен на создание форм хозяйствования, обеспечивающих развитие межотраслевых хозяйственных связей, способствующих аграрно-промышленной интеграции, а также развитию рынка новых технологий.

Неотложному развитию подлежат, прежде всего, системы кооперационных связей, различные формы агропромышленных объединений с высоким экспортным потенциалом. При реформировании сельского хозяйства важную роль должны играть меры, направленные на возрождение подлинно кооперативных форм и принципов во взаимоотношениях между хозяйствующими субъектами.

Кооперация объединяет предпринимателей, дает им все преимущества крупного производства. По мнению А.В. Чаянова "Разъединенное и распыленное среди полей и лесов крестьянство - ничто, организованное в кооператив, оно становится экономической силой, не имеющих равных" [117]. Для Азербайджана, где в результате приватизации земель произошло массовое дробление хозяйств, проблемы становления и развития кооперации приобретают весьма важное значение. Анализ 578 хозяйств в 18 районах республики показал, что примерно 49-

50 % земельных угодий принадлежит семьям, численностью 3-5 человек, которые составляют 43,3% общего числа семей, занимающихся предпринимательской деятельностью. Средняя площадь земельных участков колеблется в пределах 0,5-4,0 га на семью. Из общей доли приватизированных земель 33-34% принадлежит семьям численностью 6-8 человек, которые составляют примерно 21-22 % общего количества землевладельцев.

Средняя величина земельного участка, приходящегося на одну семью по этой группе равна 2-6 га. На долю семей, численностью в 1-2 человека/составляющим 25-26% общего их количества, приходится всего лишь 10-11% приватизированных земель, средняя величина по этой группе составляет 0,3-1,0 га на одну семью. Разница в земельных площадях на одну семью объясняется различными нормами распределения, зависящих от конкретных хозяйственных и демографических особенностей каждого хозяйства.

Кооперация при переходе к рынку для многих тысяч хозяйств приобретает значение как реальный выход из сложившегося сложного положения. Перед небольшими хозяйствами в нашей стране стоят две главные задачи.

Первая заключается в обеспечении их техникой, удобрениями, семенным и посадочным материалами, вторая - в совершенствовании переработки, хранения, доведения сельскохозяйственной про-



дукции до потребителя. Попытки их решения заключаются в формировании различных кооперативных связей: соседская взаимопомощь, когда фермерские хозяйства осуществляют совместное использование техники и других средств производства; объединение ферм на основе горизонтальных связей; создание в ряде регионов лизинговых предприятий, занимающихся предоставлением техники в прокат, создание консультационных центров по предоставлению информационно-технологических услуг и осуществлению ремонтно-строительных работ.

В нашей республике в ближайшие годы актуально развитие следующих видов кооперации. Исторически первой и наиболее распространенными в аграрном секторе развитых странах являются сбытовые кооперативы. Проблема сбыта является центральной проблемой рыночной экономики. Крупный оптовый продавец имеет на рынке неоспоримое преимущество, так как может формировать крупные и сортированные партии продукции, упаковывать, фасовать и хранить, а также использовать торговую марку и т.д.

Создавая сбытовой кооператив, семейные хозяйства получают возможность конкурировать с посредниками на рынке сельскохозяйственной продукции. Недаром доля этой формы кооперации составляет более 60% общего их количества в США и объединяет около 46% общего количества их членов.

Другой вид кооперативов обеспечивает фермеров ресурсами для их производства - техникой, удобрениями, семенами, кормами, горюче-смазочным материалами. Основная функция этих кооперативов заключается в обеспечении стабильных поставок ресурсов по доступным ценам. В США удельный вес этой группы кооперативов составляет 37%, а количество членов превышает 50% общего числа участников, что говорит о значимости этой формы кооперации, наряду со сбытовыми. Третьим видом фермерских кооперативов, которые необходимо поощрять к созданию - это сервисные кооперативы. Они представляют фермерским хозяйствам различные услуги. В США в общей структуре расходов фермерских хозяйств на долю агросервисных услуг приходится 23,6 % всех затрат.

Система маркетингового мониторинга ориентирована на сбор, классификацию, анализ, обобщение, оценку и доведение конъюнктурной информации до пользователя.

Для разработки научных и методологических основ экономико-организационной системы маркетинга в аграрном секторе заслуживает внимание имеющийся практический опыт применения маркетингового мониторинга в агробизнесе промышленно развитых стран.

В США с 1940 г. в рамках Министерства сель-

ского хозяйства действует сельскохозяйственная маркетинговая служба (СМС), осуществляющая основной объем работ по маркетинговому мониторингу продовольственного рынка. Данная служба ведет сбор рыночной информации, исследует и сегментирует рынок АПК, распространяет обработанную информацию, удовлетворяя интересы как производителей, так и потребителей товаров и услуг системы АПК.

Для нужд пользователей сельскохозяйственная маркетинговая служба аккумулирует информацию в так называемых "рыночных новостях", распределяя ее в зависимости от степени значимости между федеральным, региональным и местным уровнем. Свежие выпуски рыночных новостей распространяются ежедневно, два раза в неделю, еженедельно и ежемесячно. В состав министерства сельского хозяйства и рыболовства Франции на правах структурного подразделения входит государственное информационное агентство-служба новостей рынка.

Среди направлений деятельности агентства выделяют: экономическое прогнозирование, оказание консультационных услуг, компьютерное, телекоммуникационное обеспечение, административно-финансовая поддержка участников агробизнеса. Ежедневно агентство публикует около 300 различных сводок.

Каждую неделю издаются национальные отчеты по движению продовольствия. В ежегодном докладе приводится анализ каждого сектора рынка АПК. Таким образом, очевиден факт принятия государством на себя значительного объема функций по осуществлению маркетингового мониторинга, несмотря на то, что выполнение этих функций связано с финансированием дорогостоящей исследовательской и информационно-аналитической работы. Издержки общества на маркетинговый мониторинг аграрного рынка окупаются ростом экономической эффективности использования производственных ресурсов, стабилизацией рынка агропромышленных товаров и повышением продовольственной безопасности страны. Недостаток информации о состоянии аграрного рынка и недоступность ее для большинства мелких субъектов рынка снижает их конкурентные возможности.

Система маркетингового мониторинга аграрного рынка республики должна строиться на принципах комплексности, единства и централизации. Необходимо наладить механизм обмена маркетинговой информацией на межотраслевом и межрегиональном уровне.

Организованные наблюдения за конъюнктурой аграрного рынка должны способствовать сглаживанию противоречий между сферами производства и переработки сельскохозяйственной продукции, развитию конкурентной среды, повышению эффек-





Схема 1. Система маркетингового мониторинга аграрного рынка республики

тивности использования производственных ресурсов посредством принятия участниками агробизнеса оптимальных управленческих решений по снижению рисков в производственно-сбытовой деятельности.

В задачи маркетингового мониторинга должны входить: исследования спроса населения на продовольственные товары, включая оценку потребностей имеющихся и потенциальных покупателей и определение емкости рынка; анализ спроса аграрного сектора на материально-технические ресурсы и услуги; изучение предложения товаров и услуг; сбор информации об обновлении ассортимента агропромышленных продуктов; выявление зон излишков и дефицита товарного предложения; подготовка мер по балансированию спроса и предложения продовольствия путем оптимизации внешнеэкономической деятельности (схема 1).

Информационную базу маркетингового мониторинга должны составить данные органов государственной статистики, внутриотраслевая отчет-

ность и учет, материалы специальных наблюдений и исследований.

Создание такой многопрофильной и многоуровневой базы данных позволит не только получить объективную оценку состояния национального продовольственного рынка, но и производить обоснованные расчеты эффективности различных вариантов освоения новых производств и внедрения на рынок новых товаров.

Предлагается включить в состав методологических положений по наблюдению за аграрным рынком следующие основные элементы: методику проведения опросов производителей, покупателей и экспертов; методические положения по изучению спроса на материально-технические ресурсы и услуги производственно-технического характера; методику комплексного прогнозирования спроса на аграрную продукцию в отраслевом, республиканском и внешнеэкономическом аспекте. В организационном плане создание двухуровневой системы маркетингового мониторинга органично вписывается в структуру Министерства Сельского Хозяйства Азербайджанской Республики.

На верхнем уровне необходимо создание головного управления, выполняющего функции анализа и прогнозов. На низовом уровне, которое будет заниматься сбором первичной и распространением маркетинговой информации, предлагается использовать структуры территориальных управлений указанного министерства.

Формирование республиканской системы маркетингового мониторинга, доступного всем субъектам агробизнеса непосредственно способствуя созданию конкурентной среды в аграрном секторе будет стимулировать дальнейшее его эффективное развитие. Мониторинг аграрного рынка, осуществляемый государством может быть охарактеризован как один из эффективных каналов поддержки сельскохозяйственного производства, оказывающего позитивное влияние на повышение эффективности использования производственных ресурсов аграрного сектора и формирование продовольственной безопасности страны.